

你想什么我都知道

荣威RX5 YunOS系统体验

本报记者 张渊源

早晨，在开车上班的路上，当你即将路过心仪的咖啡馆，车载系统会自动识别路线，并提示你是否需要点上一杯咖啡。通过语音下单，店内的服务员很快就会帮你将咖啡打包完毕，当车辆路过时，你只需停车取件，便能在车内享受一杯浓浓的咖啡了，无需刷卡，无需付现，这些系统都已帮你完成……

这就是全球首款超极互联网SUV荣威RX5能带给消费者的互联体验。在RX5上市前，记者短暂体验了一下其搭载阿里YunOS系统带给车主方便、快捷的生活方式。

在上车前，记者和负责此次试乘体验的工程师通过手机远程启动了车辆并打开了空调。不仅如此，工程师介绍，以后智能手表只要安装了相应的APP，也能通过简单的操作来控制车门的开关等动作。

进入车内，记者首先体验了高精度语音导航系统。这款车载系统与手机内置的地图不同，其采用了高德高精地图，可以实现高精准度定位，甚至能判断出当前所属的具体车道位置。之后的行驶中，地图能根据车速自动调节画面大小，而人性化的语音播报更让记者对它充满了好感，相信荣威RX5的这一导

航功能一定会让您遗忘手机中的导航APP。

设定完目的地后，工程师轻声说了一句“打开天窗”，明亮的全景天窗瞬间自动开启。值得肯定的是，荣威RX5车内实体按钮减少，并且在没有完善的自动驾驶系统的情况下，语音控制还是很有必要的。

开车上路，工程师随意报了一首歌名，歌声随即响起。之后，他又通过方向盘上的自定义按钮，通过无线连接的运动相机开始自拍，并一键将照片上传至网络。可以想象，在这个全民直播的时代，直播沿途的美景趣闻随着RX5的上市很快成为可能。

回到停车场后，工程师又查看了车辆的健康状况。中控屏上显示出当前车辆的健康状况为97分。虽然对这辆新车来说，97分的分值意味着还不需要进行保养，但之后如果需要的话，系统会自动提醒车主，并预约保养事宜，给车主更佳的养车、用车体验。

简单的试乘体验虽然总共也就十多分钟，但荣威RX5的YunOS系统却带给记者不一样的行车体验。可以说，随着系统的不断开发升级，越来越多的应用会增加到车载系统中，到时候可能会带给消费者更多惊喜。



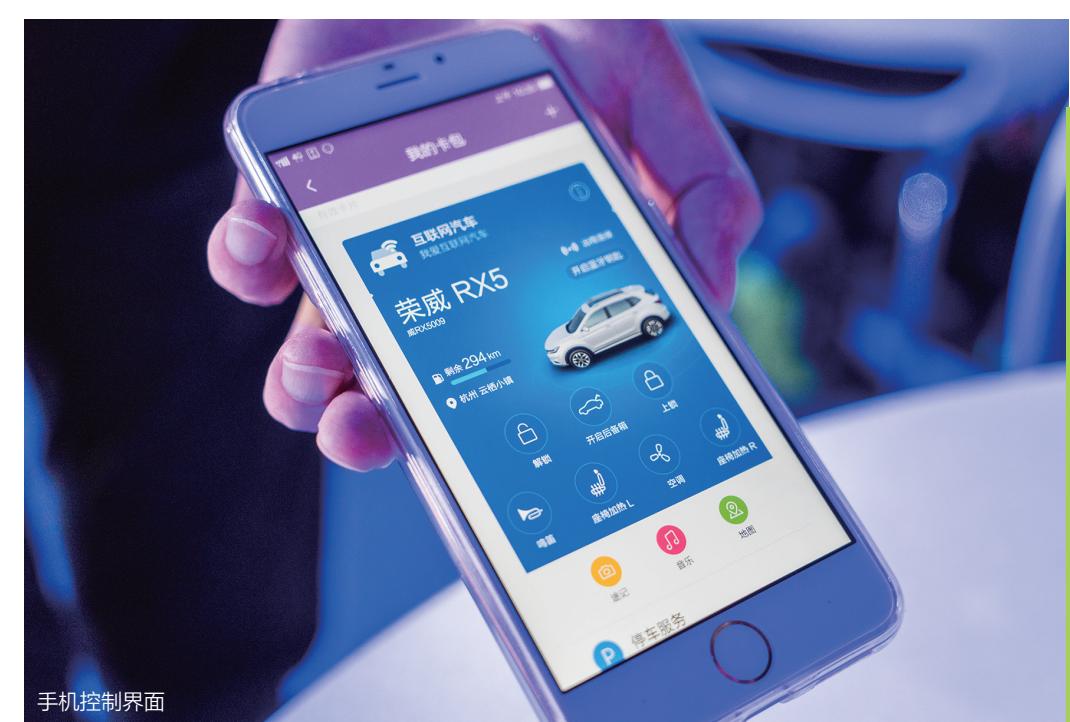
高精度导航地图



无线运动相机可随时拍摄并发送到社交平台



车辆健康详情



手机控制界面



方向盘上的自定义键



触摸式后视镜可控制导航信息等内容

上汽乘用车收获人气、销量和口碑

本报讯 荣威品牌上半年销量同比增长74%，几乎10倍于市场整体增速，收获人气、销量和口碑，全线告捷。其新能源产品占领国内市场新能源市场重要位置。MG名爵品牌也取得了42%的增速。

上汽乘用车始终坚持走中高端汽车发展路线，坚持“两条腿走路”布局传统动力和新能源汽车领域，并以集团“芯动战略”的“蓝芯”和“绿芯”两大技术品牌，不断带动产品和品牌，传统动力和互联网汽车、新能源汽车齐头并进。

荣威品牌今年的重磅产品荣威RX5以全方位越级品质树立了中国品牌SUV的“品价比”标杆。作为“蓝芯”重磅车型，荣威360凭借大空间、强动力、低油耗和领先的车载互联系统等“全方位高品质”，自去年9月上市以来，销量已突破6万辆。其中，支持CarPlay的车型占总销量90%，荣威360也因此成为CarPlay车型全球“销量王”，得到了消费者认可，并建立起良好口碑。

在品牌营销上，延续2015年强劲势头，2016年上半年，荣威的“娱乐营销×体育营销”组合

拳“虎虎生风”。从荣威360赞助《了不起的挑战》到冠名上港足球俱乐部等一系列大动作，上汽荣威从娱乐营销到体育营销方面激发目标群体对荣威品牌的强烈认同感。

今年上半年，上汽新能源汽车在销量和新品推出方面表现相当亮眼。6月，主销车型荣威e550共销售了2329辆，以同比238%的增幅领跑新能源汽车市场。全新产品——中国首款插电混动高级轿车荣威e950的推出，也为整个新能源汽车市场带来了惊喜。此外，2016款荣威e550和2016款荣威E50也于同期上市。而全球首款新能源互联网汽车荣威eRX5引发了广泛关注，下半年推出后无疑将为上汽新能源汽车增添更多市场份额。

与品牌口号“魅力·绽放”相一致，今年以来，MG名爵品牌市场表现也迎来了绽放。截至6月30日，MG名爵销量与去年同期相比增长42%。其中，权重产品10万元级“高性能中级SUV”名爵锐腾销量达到26802辆，同比增长87%，占据该细分市场领导地位。优异的市场表现

主要得益于快速的产品更新换代，以及符合年轻消费者兴趣的体育和娱乐营销。品牌营销方面，MG名爵横跨体育界和娱乐界，有效提升了品牌知名度和关注度。2016年，身披“上汽名爵”球衣的上港足球队在国内掀起了一股上港热；与英超豪门利物浦的合作，更显示了MG名爵的国际“野心”。另外，MG名爵在东南亚市场和英国市场也是成绩喜人。伴随名爵锐腾在泰国上市、上汽正大新工厂项目启动，以及名爵锐腾下半年在英国上市，MG名爵在国际市场上不断为中国品牌开疆扩土。

“上汽是站在整个行业的角度去考虑，而不再简单地跟随。”上汽乘用车总经理王晓秋表示，上汽希望成为中国品牌的推动者。2016年上半年，上汽乘用车以近10倍于整体车市的增速在加快发展。下半年，在“产品力是一切的基础”理念的指引下，上汽乘用车将继续走中高端汽车发展路线，并陆续推出多款新车型，进一步更新和丰富产品阵容，为追求高品质的汽车消费者带来更多选择。（张欢欢）